

सन २०२४-२५ या वित्तीय वर्षाकरीता  
वार्षिक पणन कृती आराखड्यास  
(Tourism Marketing Plan  
२०२४-२५) मान्यता देणेबाबत

महाराष्ट्र शासन  
पर्यटन व सांस्कृतिक कार्य विभाग  
शासन निर्णय क्रमांक : टिडीएस २०२४/०४/प्र.क्र.२४/पर्यटन-३  
मादाम कामा रोड, हुतात्मा राजगुरु चौक,  
मंत्रालय, मुंबई- ४०० ०३२.  
दिनांक : १३.०६.२०२४.

- संदर्भ : १. शासन निर्णय सामान्य प्रशासन विभाग क्र.मावज-२०१६/प्र.क्र.३९७/३४,  
दि.०५.०१.२०१७.  
२. शासन निर्णय सामान्य प्रशासन विभाग क्र.मावज-२०१७/प्र.क्र.१५३/३४,  
दि.२१.०७.२०१७  
३. शासन निर्णय पर्यटन व सांस्कृतिक कार्य विभाग क्र. महोत्सव-  
२०१८/१२/प्र.क्र.११२६/पर्यटन, दि. ०७/०१/२०१९  
४. शासन निर्णय पर्यटन व सांस्कृतिक कार्य विभाग क्र.टिडीएस-  
२०२३/०४/प्र.क्र.१६७/पर्यटन, दि. ०८/०५/२०२३  
५. पर्यटन संचालनालयाचा दि.०२/०५/२०२४ रोजीचा ई-मेल संदेश

**प्रस्तावना :-**

राज्यातील पर्यटनाला चालना देऊन राज्यातील पर्यटन स्थळांची राष्ट्रीय व आंतरराष्ट्रीय पातळीवर राज्यातील पर्यटन स्थळांना व्यापक प्रमाणावर प्रसिध्दी व प्रचालन करुन देशी-विदेशी पर्यटकांना आकर्षित करण्यासाठी पर्यटन विभागाच्या धोरणात जाहिरात व प्रसिध्दीचे धोरण आहे. त्यानुसार पर्यटन संचालनालयाने उपरोक्त दि.०२/०५/२०२४ च्या पत्रान्वये सादर केलेल्या प्रस्तावानुसार सन २०२४-२५ या आर्थिक वर्षाकरीता वार्षिक पणन कृती आराखड्यास मान्यता देण्याची बाब शासनाच्या विचाराधीन होती.

**शासन निर्णय :-**

राज्यातील पर्यटनाला चालना देऊन राज्यातील पर्यटन स्थळांची राष्ट्रीय व आंतरराष्ट्रीय पातळीवर राज्यातील पर्यटन स्थळांना व्यापक प्रमाणावर प्रसिध्दी व प्रचालन करुन देशी-विदेशी पर्यटकांना आकर्षित करण्यासाठी पर्यटन संचालनालयाने दि. ०२/०५/२०२४ च्या पत्रान्वये सादर केलेल्या प्रस्तावानुसार सन २०२४-२५ या आर्थिक वर्षाकरीता रु. ६००.०० कोटी इतक्या खर्चाच्या वार्षिक पणन कृती आराखड्यास खालीलप्रमाणे मान्यता देण्यात येत आहे :-

**MH TOURISM PUBLICITY MARKETING BUDGET FOR FY 2024-25**

		<b>ENGAGING Travel Stakeholders, Media and Influencers to deepen the Destination Awareness</b>		
<b>1</b>		<b>FAM (Familiarization) Tours</b>		<b>20.00</b>
		<p><b>Tour Operators and Travel Agents</b> with Itineraries to India based out of key International Source markets of India.</p> <p><b>Media (Print/ TV)</b> personnel specializing in Travel/Tourism/Culture/Lifestyle from key International Source markets of India.</p> <p><b>Content Creators</b> – Influencers/Bloggers/Vloggers from from key International Source markets of India. (2 nos each)</p> <p><b>Ideal Countries</b> - USA/ UK/ Germany/ Vietnam/ Turkey/ Japan / etc.</p> <p>Identification of TO/TA will be done in liaison with Indian Embassies and Consulates of those countries.</p> <p>Indian Inbound (International) Tour Operators and National Tour operators based out of key Indian cities selling MH tour packages/ Media (Print/ TV) personnel specializing in Travel/Tourism/Culture/Lifestyle &amp; Content Creators – Influencers/ Bloggers/ Vloggers</p> <p><b>FAM Tours to be organized to cover peak season (October to March), cultural festivals, niche tourism experiences such as agro-tourism, caravan, homestays, wellness, medical tourism, rural tourism, UNESCO / heritage sites, YTC under DekhoApla Maharashtra.</b></p>		
		<b>LEVERAGING Events for larger tourism footfalls to destinations</b>		
<b>2</b>		<b>DoT Owned/Partly-Owned Tourism Event Properties</b> (events with high potential to attract tourists)		<b>56.00</b>
	a.	Mumbai Festival 2025 January 25	10.00	
	b.	HindaviSwarajMahotsav with Collector, Pune & DD Pune Feb 2025	8.00	
	c.	Glamping Festival - Showcasing Eco Retreat, Sustainable Tourism, Investment meet, Adventure activities, etc.	23.00	
	d.	Monsoon Festival (Bhandardara&Amboli) during monsoon season	3.00	
	e.	Ganesh Festival	5.00	
	f.	Beach Festival, Konkan	2.00	
	g.	Eco / Tribal festival Bari Pada	3.00	
	h.	Shimga Festival, Konkan	2.00	
<b>3</b>		<b>Promotional support for local festivals, with potential to attract tourists in key identified tourist destinations in association with local</b>	<b>4.00</b>	<b>4.00</b>

		<b>DD office &amp; Collector office.</b>		
<b>4</b>		<b>Sponsorship for Third-party Events.</b> Tourism events or promotional activities with potential to attract travellers from outside the event's region/Maharashtra.		<b>23.00</b>
	a.	Sponsorship to Tourism events / promotional activities as per DoT Guidelines.	20.00	
	b.	Sponsorship to Technology Events, which bring in delegates from different parts of the world and India. Tech events with themes like Metaverse, AR, VR, Oculus, etc hosted in Maharashtra.	2.00	
	c.	Sponsorship of Adventure Sports – Competitive/Showcase Events at State/ National /International level hosted in Maharashtra.	1.00	
		<b>ENHANCING destination product attractiveness</b>		
<b>5</b>		<b>AAI SCHEME PROMOTION:</b>		<b>1.00</b>
		Marketing and Publicity of the scheme through various media	1.00	
<b>6</b>		<b>NICHE PRODUCTS PROMOTION</b>		<b>2.00</b>
	a.	<b>Best Tourism Villages</b> – Publicity, Marketing & exposure of selected tourism villages	1.00	
	b.	<b>Best Home Stays / Wellness / Agro Tourism centers</b> - Publicity, Marketing & Exposure of the various units/ cluster	1.00	
<b>7</b>		<b>Launching a Hop-on-Hop-off Service in prominent tourist destinations in MH (apart from Mumbai)</b> (with fixed itineraries and audio guides).		<b>2.00</b>
		In association with state bus service providers like MSRTC/Municipal corporation buses or in association with professional hop-on-hop-off service providers like City Sightseeing/Big Bus Tours. <b>Cities to consider:</b> Pune, Nashik, Nagpur, Ch. Sambhajinagar&Konkan (except Mumbai).	2.00	
		<b>DEVELOPING a B2B Marketing calendar</b>		
<b>8</b>		<b>B2B Marketing - International</b>		<b>10.00</b>
		<b>Trade Fairs (Any of these)</b> 1. ATM, Dubai (6–9 May 2024) 2. TOP RESA, Paris (17-19 September, 2024) 3. Tourism Expo, Japan (26-29 September, 2024) 4. WTM, London (5 – 7 November 2024) 5. FITUR, Madrid (22 - 26 January 2025) 6. ITB, Berlin (March 2025)  <b>Roadshows (Any of these)</b> 1. New York 2. New Jersey 3. San Francisco 4. Singapore	10.00	

		5. Madrid 7. Osaka 9. London 11. Frankfurt 13. Amsterdam 15. Berlin	6.Barcelona 8. Seoul 10. Manchester 12. Paris 14. Brussels		
9		<b>B2B Marketing - Domestic</b>			<b>6.00</b>
		<b>a) Trade Fairs (Any of these) :</b> SATTE (New Delhi), OTM (Mumbai).  <b>b) Roadshows (Any of these)</b> (in key source market cities after consulting MH Sellers): Domestic Roadshows - 1.New Delhi 2.Ahmedabad 3.Surat 4.Baroda 5.Indore 6. Itanagar 7.Siliguri 8. Raipur 9.Hyderabad 10.Vijayawada 11.Vishakhapatnam 12.Chennai 13.Madhurai 14.Bangalore 15.Mangalore 16. Kochi 17.Jaipur 21.Imphal 23.Jodhpur 24.Kanpur 25.Lucknow 26.Chandigarh 27.Amritsar 28.Ranchi 29.Kolkata 30.Guwahati		6.00	
		<b>STRENGTHENING the Maharashtra Tourism Stakeholders and the Relationship</b>			
10		<b>Stakeholder Conclaves and other activities</b>			<b>3.00</b>
	a.	<b>Regional conclaves</b> - Pune, Nashik, Nagpur, Konkan and Ch. Sambhajinagar.		1.25	
	b.	<b>State conclave (Mumbai)</b> All conclaves to be conducted in association with Travel and Tourism Trade Associations (Tour operators, Home stays, Agro Tourism, Caravan, Wellness, etc).		0.75	
	c.	<b>Webinars / Digital workshops with national &amp; international Stakeholders</b>		0.50	
	d.	<b>Constitution of advisory committee of Tourism stakeholders of MH &amp; regular consultations</b>		0.50	
11		<b>Widening the reach and impact of Tourism Policy</b>			<b>12.00</b>
	a,	Promotion of Tourism Policies and schemes.		12.00	
		<b>Campaign, Content Development and Media Promotions</b>			
12		<b>Media Campaigns - Domestic</b>			<b>148.00</b>
	a.	<b>OOH</b> - Airports, Metro Stations, Metro Wraps, Outstation Train Wrapping, Train Screens, Suburban Railway Branding/Wrapping, Railway		76.00	

		Bags, Digital screens, Hoardings, Mall Branding, Bus branding, Private Travels & Tours Bus Branding, Cab branding, Ads in PA Systems, Innovative OOH ads including CGI & AI ads		
	b.	<b>TV</b> - GEC, News, Regional Channels, Sports, Lifestyle & Food, Infotainment categories.	35.00	
	c.	<b>Print</b> - Newspapers, Magazines, Trade Magazines.	24.00	
	d.	<b>FM Radio</b> - National, Regional/Niche & Podcast.	8.00	
	e.	<b>Multiplex Cinema Halls, Theatres</b>	5.00	
<b>13</b>		<b>Media Campaigns – International</b>		<b>97.00</b>
	a.	<b>OOH</b> - Airports, City Hoardings, Metro Stations, Digital screens, Mall Branding, Bus Branding, Cab branding.	57.00	
	b.	<b>TV</b> - GEC, News, Regional Channels, Sports, Lifestyle & Food, Infotainment categories.	25.00	
	c.	<b>Print</b> - Newspapers, Magazines.	15.00	
<b>14</b>		<b>Production of Print Campaigns, TVCs, Digital Films, Image Hiring</b>		<b>14.00</b>
	a.	<b>Print Campaign</b> (includes photoshoots& Image Sourcing)	3.00	
	b.	<b>TVCs</b>	4.00	
	c.	<b>Digital Films</b>	7.00	
<b>15</b>		<b>Digital Marketing</b>		<b>110.00</b>
	a.	<b>OTAs &amp; Travel Guides</b> - (eg. IRCTC, Makemytrip, Cleartip, Yatra, Mahabooking, etc.), Travel Guides (eg. Conde Nast Traveller, Travel+ Leisure, Lonely Planet, etc.)	40.00	
	b.	<b>OTT Platforms</b>	40.00	
	c.	<b>Digital Ads</b> - VD 360° ads, imapt ads & affiliated ads, Native ads, YouTube ads, Programmatic ads, CGI, AI innovative ads on digital platforms, etc.	25.00	
	d.	<b>Whats app &amp; E-mail marketing</b>	5.00	
<b>16</b>		<b>Social Media Marketing</b>		<b>14.00</b>
	a.	<b>Influencer Marketing</b> by top travel influencer/s, influencers programs, etc.	5.00	
	b.	<b>Social Media</b> paid activities, Social Media contest, Social Media Management, etc.	2.00	
	c.	<b>National level Short Digital Film making Competition – On different Themes of MH</b>	2.00	
	d.	<b>National level Reels making Competition – On different Themes of MH</b>	1.00	
	e.	<b>Promotional Video Content</b> - Videos, Reels, Experience documentary, etc. which can be used for promotional activities, Incredible India portal, etc.	4.00	
<b>17</b>		<b>Image Bank</b> – High quality still images, which can be used for promotional activities, Incredible India portal, etc.	2.00	<b>2.00</b>

18	<b>Publicity Literature</b> - Design and Production Brochures, Souviners, Merchadisers, Folders, Maps, e-books, Calendars.	2.00	<b>2.00</b>
19	<b>Joint marketing promotion campaigns with MH Stakeholders – Seasonal/festival tour packages, tour circuits promotions linked with DoT platform.</b>	8.00	<b>8.00</b>
20	<b>Live Destination Programmes using latest technology in the tourism sector-</b> for promotion, publicity of tourist destinations in the state, perception analysis for experiences	5.00	<b>5.00</b>
21	<b>DoT Website</b> - Marketing, Publicity, SEO,SEM, Booking Platform Promotion, AMC & related works, etc.	6.00	<b>6.00</b>
	<b>ENGAGING Professional Service Organizations to strengthen marketing initiatives</b>		
22	<b>Marketing &amp; Brand Development</b> , related activities ,Retainer Charges, etc.	2.00	<b>2.00</b>
23	<b>Social Media engagement</b> , related activities ,Retainer Charges, etc.	2.00	<b>2.00</b>
24	<b>PR / Media engagement</b> , related activities ,Retainer Charges, etc.	1.00	<b>1.00</b>
25	<b>Miscellaneous</b> a. Pending bills of activities completed & approved by Govt. in the FY 23-24. b. Souvenirs/ Blowups/ Posters / Website O/M, Web applications, digital assets to showcase MH destinations, any other activities not covered in the current marketing plan, spill over amount / work, etc.	50.00	<b>50.00</b>
	<b>TOTAL</b>	<b>600.00</b>	

#### अटी व शर्ती :-

- विविध महोत्सव / कार्यक्रम आयोजित करण्यासाठी तसेच, राष्ट्रीय व आंतरराष्ट्रीय स्तरावर विविध पर्यटन विषयक कार्यक्रम, प्रदर्शने, रोडशोज्, महोत्सव (फेस्टिवल) यासाठी पर्यटन विषयक पणनच्या कामाचा आंतरराष्ट्रीय स्तरावरील अनुभव असणाऱ्या राष्ट्रीय माध्यम / जाहिरात / आऊटडोअर क्षेत्रात कार्य करणाऱ्या योग्य व सक्षम संस्थांची नामिका सूची (Panel) स्वारस्याची अभिव्यक्ती (Expression of Interest) मागवून तयार करण्यात यावी.
- सदर आराखड्यातील प्रसिद्धी विषयक कामे ही DGIPR / DAVP या शासकीय दरानेच राबविण्यात यावीत. तथापि, अपवादात्मक परिस्थितीत परीणामकारक प्रसिद्धी मोहिम राबविण्यासाठी आवश्यकतेनुसार प्रचलित बाजारभावाने / सवलतीच्या दराने राबविण्यात यावीत.
- संदर्भ क्रमांक ३ येथील दि.०७.०१.२०१९ च्या शासन निर्णयान्वये राष्ट्रीय / आंतरराष्ट्रीय व राज्यस्तरावर खाजगी आयोजकांकडून आयोजित केल्या जाणाऱ्या कार्यक्रमांना पर्यटन विभागाकडून प्रायोजकत्वाव्दारे वित्तीय सहाय्य देण्याबाबत निश्चित करण्यात आलेल्या धोरणानुसार सन २०२४-२५ च्या वार्षिक पणन कृती आराखड्यातील संबंधित बाबींची अंमलबजावणी करण्यात यावी.
- महाराष्ट्र पर्यटन विकास महामंडळ / पर्यटन संचालनालयाकडे नोंदणीकृत होम स्टे / रिसॉर्टस् / कृषी पर्यटन केंद्रे यांचीही संकेतस्थळावर पणन करण्यात यावे.

५. पणन मोहिम राबवतांना Stake Holders चा सहभाग घेण्यात यावा.
६. सर्व पणन मोहीमांबाबत कार्यदेशात नमूद Key Performance Indicators (KPIs) नुसार फलनिष्पत्ती अहवाल कार्यक्रम झाल्यानंतर १ महिन्याच्या आत शासनास सादर करण्यात यावा. याकरीता योग्य त्या अटींचा समावेश स्वारस्याची अभिव्यक्तीमध्ये (Expression of Interest) करण्यात यावा.
७. सदर आराखड्याची अंमलबजावणी करतांना वित्तीय नियमावली, वित्त विभागाने वेळोवेळी निर्गमित केलेले शासन निर्णय तसेच जाहिरातीसंदर्भात न्यायालयाने दिलेल्या आदेशांचे तंतोतंत पालन करण्याची जबाबदारी पर्यटन संचालनालयाची राहिल.
८. कोणत्याही परिस्थितीत मंजूर अनुदानापेक्षा जास्त खर्च होणार नाही, याबाबतची सर्व जबाबदारी संचालक, पर्यटन संचालनालय यांची राहिल. केवळ तरतूद उपलब्ध आहे म्हणून खर्च करण्यात येऊ नये.
९. मिडीया एजन्सीने मागील काही वर्षात महाराष्ट्र पर्यटन विकास महामंडळ / पर्यटन संचालनालय यांच्याकडून प्रसिध्दीकरीता निर्माण करण्यात आलेल्या प्रसिध्दी साहित्य (content creation on social media/print media) एकत्रित करून त्याचा उपयोग पणनसाठी (Tourism Marketing) करणे आवश्यक राहिल.
१०. कोणतीही बांधीलकी (commitment) प्रस्तावित करण्यापूर्वी त्या कार्यक्रम/ उपक्रम/ कार्यवाहीतून पर्यटनदृष्ट्या कोणता लाभ होण्याची क्षमता प्रथम काळजीपूर्वक तपासण्यात यावी.
११. सन २०२३-२४ या वित्तीय वर्षात दि. ०८/०५/२०२३ रोजीच्या शासन निर्णयान्वये संचालनालयामार्फत प्रसिध्दी उपक्रमापोटी निर्माण झालेल्या दायित्वाचे प्रलंबित प्रदान करण्यासाठी उपरोक्त तक्त्यातील अनुक्रमांक २५ येथील निधीचा वापर व खर्चास मान्यता देण्यात येत आहे.
१२. सदर रकमेच्या खर्चाचा महालेखापाल कार्यालयाशी ताळमेळ घालून अहवाल शासनास सादर करावा. यासाठी होणारा खर्च मागणी क्रमांक झेडडी - ४, "३४५२-पर्यटन", ०१-पर्यटनासाठी पायाभूत सुविधा, १०१-पर्यटन केंद्रे (०२) पंचवार्षिक योजनांतर्गत योजना, राज्य योजनांतर्गत योजना (०२) (०४) प्रसिध्दी (३४५२ १९३१) ५० इतर खर्च (वेतनेतर) या लेखाशीर्षाखाली खर्ची टाकण्यात यावा व तो सन २०२४-२५ या आर्थिक वर्षातील अर्थसंकल्पित तरतूदीतून भागविण्यात यावा.
१३. प्रमाणित करण्यात येते की, वित्त विभाग, शासन निर्णय क्र. अर्थसं-२०२१/प्र.क्र.४८/अर्थ-३, दि.२४.०६.२०२१ अन्वये देण्यात आलेल्या सूचनेनुसार व अधिकाराच्या मर्यादेत सदर शासन निर्णय निर्गमित करण्यात येत असून सदर शासन निर्णयामधील प्रत्येक अटीची व परिशिष्टामधील तपासणी सूची बाबींची पूर्तता करण्यात आली आहे.

सदर शासन निर्णय महाराष्ट्र शासनाच्या <http://www.maharashtra.gov.in> या संकेतस्थळावर उपलब्ध करण्यात आला असून त्यांचा संकेतांक २०२४०६१३११३४४०२५२३ असा आहे. हा आदेश डिजिटल स्वाक्षरीने साक्षांकित करून काढण्यात येत आहे.

महाराष्ट्राचे राज्यपाल यांच्या आदेशानुसार व नावाने,

(संतोष वि. रोकडे)  
उप सचिव, महाराष्ट्र शासन.

प्रति,

- १) मा. राज्यपाल यांचे प्रधान सचिव, राजभवन, मलबार हिल, मुंबई.
- २) मा. मुख्यमंत्री यांचे अपर मुख्य सचिव, मंत्रालय, मुंबई.
- ३) मा. उप मुख्यमंत्री यांचे प्रधान सचिव, मंत्रालय, मुंबई.
- ४) मा. मंत्री (पर्यटन) यांचे खाजगी सचिव, मंत्रालय, मुंबई.

- ५) मा. सर्व मंत्री यांचे खाजगी सचिव, मंत्रालय, मुंबई.
- ६) मा. राज्यमंत्री (पर्यटन) यांचे खाजगी सचिव, मंत्रालय, मुंबई.
- ७) मा. सर्व राज्यमंत्री यांचे खाजगी सचिव, मंत्रालय, मुंबई.
- ८) मा. विरोधी पक्षनेता, विधानपरिषद, विधानभवन, मुंबई.
- ९) मा. विरोधी पक्षनेता, विधानसभा, विधानभवन, मुंबई.
- १०) मा. सर्व विधानपरिषद सदस्य, विधानमंडळ, मुंबई
- ११) मा. सर्व विधानसभा सदस्य, विधानमंडळ, मुंबई
- १२) सचिव, पर्यटन यांचे स्वीय सहायक
- १३) महासंचालक, माहिती व जनसंपर्क संचालनालय, मंत्रालय, मुंबई
- १४) महालेखापाल, महाराष्ट्र - १, (लेखा परीक्षा/लेखा व अनुज्ञेयता), मुंबई.
- १५) महालेखापाल, महाराष्ट्र - २, (लेखा परीक्षा /लेखा व अनुज्ञेयता), नागपूर.
- १६) महालेखापाल (स्थानिक निकाय लेखापरीक्षा व लेखा), मुंबई.
- १७) संचालक, पर्यटन संचालनालय, महाराष्ट्र राज्य, मुंबई.
- १८) व्यवस्थापकीय संचालक, महाराष्ट्र पर्यटन विकास महामंडळ, मुंबई.
- १९) अधिदान व लेखा अधिकारी, मुंबई.
- २०) निवासी लेखा परीक्षा अधिकारी, मुंबई.
- २१) नियोजन विभाग (कार्यासन-१४११/१४४४), मंत्रालय, मुंबई.
- २२) वित्त विभाग (का.व्यय-१५/अर्थ-११) मंत्रालय, मुंबई.
- २३) सामान्य प्रशासन विभाग का.३४
- २४) अवर सचिव, पर्यटन व सांस्कृतिक कार्य विभाग (अर्थसंकल्प शाखा), मंत्रालय, मुंबई.
- २५) निवड नस्ती पर्यटन-३

\*\*\*